

## BAB 5

### SIMPULAN DAN SARAN

#### 5.1. Simpulan

Berdasarkan hasil pengujian hipotesis, peneliti dapat menarik beberapa kesimpulan sebagai berikut:

1. *Performance expectancy* berpengaruh terhadap *behavioural intention*. Persepsi konsumen atas *performance expectancy* dari penggunaan teknologi belanja online secara signifikan mempengaruhi *behavioural intention* pada ritel online.
2. *Effort expetancy* berpengaruh terhadap *behavioural intention*. Persepsi konsumen atas *effort expetancy* dari penggunaan teknologi belanja online secara signifikan mempengaruhi *behavioural intention* pada ritel online.
3. *Social influence* berpengaruh terhadap *behavioural intention*. Persepsi konsumen atas *social influence* dari penggunaan teknologi belanja online secara signifikan mempengaruhi *behavioural intention* pada ritel online.

#### 5.2. Saran

- 1 Berdasarkan nilai rata-rata indikator variabel *performance expectancy* yang memiliki nilai terendah adalah indikator yang menyatakan bahwa dengan adanya teknologi belanja online konsumen mendapatkan barang yang diinginkan di Toko Online. Untuk itu saran yang diajukan kepada ritel online melengkapi produk yang dijual dengan menambah kategori barang dan brand, atau menambah jumlah kuantitas sehingga konsumen mendapatkan barang yang diinginkan.

- 2 Berdasarkan nilai rata-rata indikator variabel *effort expetancy* yang memiliki nilai terendah adalah indikator yang menyatakan bahwa dengan adanya teknologi konsumen dapat dapat mengurangi waktu dan tenaga dalam berbelanja secara online. Untuk itu saran diajukan bahwa sebaiknya Toko Online lebih mempersingkat sistem navigasi seperti langkah-langkah pemilihan barang, hingga pembayaran, sehingga konsumen meluangkan waktu dan tenaga lebih singkat.
- 3 Berdasarkan nilai rata-rata indikator variabel *social influence* yang memiliki nilai terendah adalah indikator yang menyatakan bahwa konsumen merasa citra diri dan status sosial meningkat setelah mengadopsi teknologi. Untuk itu saran diajukan bahwa sebaiknya Ritel Online adalah memasang aplikasi di *android/smartphone*.
- 4 Peneliti mendatang  
Menyadari keterbatasan yang ada dalam penelitian ini, maka penelitian mendatang disarankan dapat menambahkan variabel *facilitating conditions*, yang secara psikologis juga dapat mempengaruhi pengguna untuk berperilaku terhadap suatu toko online (*use behavioral*).

## DAFTAR KEPUSTAKAAN

- Ajzen, I., 1991. The Theory of Planned Behavior. *Organizational Behavior and Human Decision Processes* 50, 179-211.
- Charli, Z., L., 2008. Elemen Bauran Promosi. *Evaluasi Penggunaan Strategi*.
- El-Gayar, O., Moran, M., & Hawkes, M., 2011. Students' Acceptance of Tablet PCs and Implications for Educational Institutions. *Educational Technology & Society*, 14 (2), 58–70.
- Eveleth, L. B., and Stone, R., W., 2008. Expectancy Theory and Behavioral Intentions to Use Computer Applications. *Interdisciplinary Journal of Information, Knowledge, and Management Volume 3*.
- Ghozali, H., I., 2006, Analisis Multivariate Dengan Program SPSS, Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Hasan, M., I., 2002, Pokok-pokok Materi Metodologi Penelitian dan Aplikasinya, Jakarta: Ghalia Indonesia.
- Hsiu, F., L., 2007. Predicting consumer intentions to shop online: An empirical test of competing theories. *Electronic Commerce Research and Applications* 6, 433–442.
- Japariato, E., 2006. Budaya dan Behavior Intention Mahasiswa dalam Menilai Service Quality Universitas Kristen Petra.. *Jurnal Pemasaran*, Vol. 1, No. 1, 44-52.
- Kumar S., B.Sc., M.H.Sc., 2000. Consumer Behavioral Intentions Regarding Online Shopping. *Master of Science (Industrial Technical Merchandising and Fabric Analytics)*, 81 pp.
- Suharso, P., 2009, Metode Penelitian Kuantitatif Untuk Bisnis, Jakarta: PT. Indeks.
- Suprpti, N., W., S., 2010. *Pemahaman Dasar dan Aplikasinya Dalam Strategi Pemasaran*. Bali: Udayana University Press.

- Sina, S., 2012, Analisis Multivariat, *Modul Tidak Dipublikasikan*, Surabaya: Fakultas Bisnis Unika Widya Mandala Surabaya.
- Sugiono, dan Wibowo E., 2001, *Statistika Penelitian*, Bandung: CV. Alfabeta.
- Thomas, T. D., Singh, L., and Gaffar, K., 2013. *International Journal of Education and Development using Information and Communication Technology (IJEDICT)*, Vol. 9, Issue 3, pp. 71-85
- Yi, M. M., Y. Hwang., 2003. Predicting the use of web-based information systems: self efficacy, enjoyment, learning goal orientation, and the technology acceptance model. *Int. J. Human-Computer Studies* 59, 431–449.
- Venkatesh, V., Morris, M. G., Davis, G. B., & Davis, F. D., 2003. User acceptance of information technology: Toward a unified view. *MIS Quarterly*, 27(3), 425-478.
- All About Management, diakses 26 Januari 2015, <http://vthreeorange.blogspot.com/2011/05/teori-harapan-expectancy-theory.html>
- Consumer Buyer Behavior Definition, diakses 14 Januari 2015, <http://research-methodology.net/consumer-buyer-behaviour-definition/>
- Enam situs e-commerce yang mendominasi di Indonesia, diakses pada 14 Januari 2015, <http://tekno.liputan6.com/read/672273/6-situs-e-commerce-yang-mendominasi-pasar-online-indonesia>
- Jumlah pengguna internet Indonesia capai 71,19 juta pada 2013, diakses 20 Agustus 2014, <http://www.apjii.or.id/v2/read/article/apjii-at-media/219/jumlah-pengguna-internet-indonesia-capai-7119-juta.html7>
- Lintong, L., C., 2013, Gen X vs Gen Y: Siapa yang Menjadi Pemenangnya, diakses 14 Januari 2015, <http://magnatransformaprovidencia.blogspot.com/2014/01/gen-x-vs-gen-y-siapa-yang-menjadi.html>